Der deutsche Kleinhandel und seine Interessenvertretung.

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Würde eines Doktors
der Staatswissenschaften

der

Hohen Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät

der

Vereinigten Friedrichs-Universität Halle-Wittenberg

vorgelegt von

Walter Häder
aus Eisleben.

Referent: Professor Dr. Waentig.

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Auszug.

Halle a. S. 1922.
Druck von Ernst Schneider, Eisleben.

Der deutsche Kleinhandel und seine Interessenvertretung.

Im Kampfe um gerechte Berücksichtigung seiner vitalen Interessen ist jeder wirtschaftliche Berufsstand bemüht, seine Interessenvertretung so auszubauen, daß er im Wirtschaftsleben zur Geltung kommen kann. Einen harten Kampf muß auch der Kleinhandel führen, d. h. der Handel, der als letztes Glied in der Kette des Warenaustausches seinen Absatz bei den letzten Verbrauchern sucht. Nicht zu allen Zeiten war die volkswirtschaftliche Bedeutung des Kleinhandels anerkannt, doch wird diese heute allgemein zugegeben.

In Deutschland gehört heute die große Masse der im Handel Erwerbstätigen dem Kleinhandel an, das Ergebnis einer langen geschichtlichen Entwicklung vom Wanderhandel in der Zeit der geschlossenen Hauswirtschaft bis zur Form des heutigen seßhaften Kleinhandels. Seit Mitte des vorigen Jahrhunderts konnte sich der deutsche Kleinhandel nur unter Kämpfen durchsetzen und seine Entwicklung sichern, die verschiedene Gegner, besonders Warenhäuser und Konsumvereine, in Frage stellten. Unter großen Anstrengungen gelang es ihm aber, gestärkt in das jetzige Jahrhundert einzutreten, in dem der alte Kampf, der nur in der Kriegszeit ruhen mußte, bis zur Jetztzeit weiterging.

Als Interessenvertretung sind dem deutschen Kleinhandel öffentlichrechtlich organisierte Standesvertretungen und auf privater Grundlage beruhende Vereinigungen gegeben. Beide sucht der Kleinhandel dauernd auszubauen und zu vervollkommnen. Als gesetzliche Vertretung des Kleinhandels treten die seit dem 17. Jahrhundert in Deutschland entstandenen Handelskammern entscheidend in den Vordergrund. In ihnen tritt die Vertretung des Kleinhandels in 3 Formen auf, im Rahmen der allgemeinen Kammertätigkeit, durch Fachkommissionen für einzelne Zweige und durch Kleinhandels-Ausschüsse. Die erste und ursprünglich einzige Form tritt mehr und mehr zurück und ist nur noch bei rund ¼ der deutschen Handelskammern vorhanden. Bei diesen Kammern ist der Kleinhandel auf die durch die allgemeinen Wahlen zu Handelskammermitgliedern gewählten Kleinhändler angewiesen, sodaß er teilweise nicht die gewünschte Vertretung findet und nach einer vollkommeneren Vertretungsform strebt. Eine solche stellt schon die zu zweit erwähnte Form dar, durch die ein engerer Zusammenhang zwischen der Kammer und den Wahlberechtigten hergestellt wird. Die Fachkommissionen für einzelne Kleinhandelszweige, deren Wahl und Zusammensetzung verschieden ist, bestehen an vielen Handelskammern. An der Handelskammer zu Halle a. S. und der Korporation der Kaufmannschaft zu Stettin bilden heute die Fachkommissionen die alleinige und auch dort nur teilweise Spezialvertretung des Kleinhandels, wobei zu bemerken ist, daß hier die Beschlüsse der Fachkommissionen nur die Bedeutung von Vorschlägen eines sachverständigen Organs haben. Die vollkommenste Vertretung hat der Kleinhandel in den Handelskammern gefunden, die für ihn einen Kleinhandels-Ausschuß eingesetzt haben zur besonderen Wahr-

nehmung der Kleinhandels-Interessen des Kammerbezirks. Die Errichtung solcher Ausschüsse wurde besonders gefördert durch einen Erlaß des Preußischen Handelsministers im Jahre 1909. Infolge der fortgesetzten Bemühungen des Kleinhandels haben heute 101 der 134 deutschen Handelskammern Kleinhandels-Ausschüsse, die man nach ihrer Zusammensetzung in 4 Haupttypen gliedern kann. Bemerkenswert ist, daß auch die Beschlüsse der Ausschüsse nur den Wert eines Antrags haben und der Billigung der Handelskammer unterliegen. An der Handelskammer zu Oldenburg ist neben dem Ausschuß für die Abteilung „Kleinhandel" ein besonderer Beamter angestellt. Das Streben des Kleinhandels geht dahin, die durch Gesetz obligatorische Einsetzung von Kleinhandels-Ausschüssen durchzusetzen, um dadurch Industrie und Großhandel gleichgestellt zu sein.

Daneben suchten die Kleinhändler auch eine besondere gesetzliche Vertretung in Gestalt von selbständigen Kleinhandelskammern zu schaffen, die öffentlich-rechtlich dieselbe Stellung einnehmen sollten wie die Handels-, Landwirtschafts- und Gewerbekammern, kamen aber im Kriege von diesem Streben ab. So bestehen heute solche Kammern nur in Hamburg und Bremen. Die Detaillistenkammer in Hamburg wurde im Jahre 1904 gegründet und war damit die erste Einrichtung dieser Art in Deutschland, der dann im Jahre 1906 die Kleinhandelskammer zu Bremen folgte. Das Wesentliche dieser Kammern ist, daß nur die Kleinhändler des betreffenden Staatsgebietes wahlberechtigt und wählbar sind. Beide Kammern setzen sich aus je 30 Mitgliedern zusammen, die nach bestimmten Wahlgruppen gewählt werden. Als besondere Aufgaben, die im allgemeinen denen der Handelskammern gleichen, sind zu nennen die Ernennung von Sachverständigen zur Unterstützung der Gerichte und Behörden, Ernennung von Schiedsgerichten auf Antrag, Teilnahme auch an der unmittelbaren Staatsverwaltung. Zwecks innigster Fühlungnahme zwischen Kammern und Kleinhändlern haben beide Kammern ständige Ausschüsse eingesetzt, die sich mit Spezialfragen zu beschäftigen haben. Als besondere Einrichtungen sind noch die an beiden Kammern bestehenden Darlehenskassen für Gewerbetreibende zu erwähnen.

Als gesetzliche Interessenvertretung des Kleinhandels kommen noch der Deutsche Industrie- und Handelstag sowie der Reichswirtschaftsrat und künftig die Bezirkswirtschaftsräte in Betracht. Im ersteren hat der Kleinhandel eine besondere Vertretung gefunden in dem aus 53 Mitgliedern bestehenden Einzelhandels-Ausschuß. In dem wichtigen vorläufigen Reichswirtschaftsrat stellt der Kleinhandel 6 der 326 Vertreter. Viel wichtiger aber als diese Institution werden für den Kleinhandel die Bezirkswirtschaftsräte sein, deren Gestaltung auf die des Reichswirtschaftsrates zurückwirken muß. Der Kleinhandel wird versuchen, in diesen eine gerechte Vertretung zu finden, wozu er vor allem eine Wahl der Unternehmermitglieder nach den 3 Fachgruppen Industrie, Groß- und Kleinhandel fordert.

Ein wichtiges Mittel der Kleinhändler, ihre Stellung zu stärken und ihre Interessen wahrzunehmen, ist neben der gesetzlichen die freie Interessenvertretung, die im weitesten Sinne in den Händen allgemeiner Vereine liegt wie Mittelstandsvereinigungen, kaufmännische Vereine und reine Detaillistenvereine, deren Aufgabenkomplex sich ähnelt. Dazu treten als Neubildung die Arbeitgeber-Verbände des Einzelhandels als Aequivalent der Angestellten-Organisationen. Bedeutungsvoller aber für den Kleinhandel sind seine besonderen Vereine für konkrete wirtschaftliche Aufgaben, unter denen besonders die Wareneinkaufs- und die Rabattsparvereine hervortreten.

Die Wareneinkaufsvereine sollen den beteiligten Kleinhändlern die Vorzüge der sie stark bedrängenden Großbetriebe zukommen lassen und sie den Produzenten gegenüber zu Großabnehmern machen, die eine Macht darstellen. Ihre Entwicklung begann erst etwa 1890 und steigerte sich

besonders seit 1900, wonach sich auch der Verband der Einkaufsvereine bildete. Die verbreitetste Form des Einkaufsvereins ist die Genossenschaft. Diese kauft entweder nur als ausführendes Organ ihrer Mitglieder oder sie tritt, wie meistens, als Selbstkäuferin auf und wird somit zum Grossisten, von dem die Mitglieder nach Bedarf beziehen. Die Umsätze der Einkaufs-Genossenschaften sind beträchtlich. Ihre hauptsächlichsten Wirkungen sind Ausschaltung den Absatz verteuernder Zwischenglieder, Vermittlung des zweckmäßigen Einkaufs, Ersparnis des einzelnen Kleinhändlers am Einkaufspreis und teilweise an Lagerspesen.

Ein anderes wichtiges Selbsthilfemittel der Kleinhändler sind die Rabattspar-Vereine, deren Anfänge in das Ende der 90er Jahre zurückreichen. Der nächste Zweck dieser Vereine ist die Förderung der Barzahlung, der letzte, eine Organisation des Marktes im Sinne der Sicherung eines festen Abnehmerkreises für die Vereinsmitglieder. Ihre wirtschaftliche Bedeutung liegt im Anreiz zur Barzahlung und in der Erhaltung der Konkurrenzfähigkeit. Dem barzahlenden Publikum werden durch Rabatt nach einheitlichem Prinzip Preisermäßigungen gewährt. Seit dem Jahre 1903 ist die Mehrzahl der Rabattspar-Vereine in dem starken „Verband der Rabattspar-Vereine Deutschlands" zusammengeschlossen, der neben denen der Mitglieder die Interessen des gesamten Kleinhandels wahrnimmt und heute die einflußreichste Kleinhändler-Organisation darstellt, obwohl auch ihm der Krieg starke Wunden geschlagen hat.

Die Spitzenorganisation der freien Interessenvertretung des Kleinhandels ist die im März 1919 geschaffene „Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels", die, obwohl nur ein loses Gefüge, manchen Erfolg erringen konnte.

Das oben skizzierte Bild der Kleinhandels-Interessenvertretung wird sich bei dem Streben des Kleinhandels, diese, insbesondere die gesetzliche, zu verbessern, wesentlich verändern müssen, umso mehr, als dem deutschen Kleinhandel eine als wahre Vertreterin des gesamten Berufsstandes anzusehende Organisation noch fehlt.